

Weirdos fragrance

**Analisis Kelayakan
Usaha**

PT ANOMALI SAKAREP E Semarang

Weirdos fragrance

Kami menghadirkan parfum alami unik & ringan, nyaman dipakai, aman, dan terjangkau untuk semua orang

PT ANOMALI SAKAREP E Semarang



WEIRDOS
FRAGRANCE



Konteks

1 dari 3 orang sering mengalami sakit kepala karna sensitif dengan parfum dan harga seringkali mahal

Pernyataan Masalah

Masalah

merasa bahwa orang-orang tidak ingin memakai parfum karena selain faktor biaya dan stereotip, parfum seringkali membuat pusing dan mual

Dampak

parfum yang menyengat dan mahal membuat konsumen sensitif, enggan pakai, menurunkan kepercayaan diri, dan menghambat inovasi pasar.



Pernyataan Masalah/Industri

Masalah yang ingin dipecahkan

masalah yang ingin dipecahkan bahwasanya merasa bahwa orang orang merasa tidak ingin memakai parfum karena selain faktor biaya dan stereotip, bahwasanya parfum seringkali membuat pusing dan mual dan harga parfum yang enak itu sudah pasti mahal adalah masalah yang sebisa mungkin untuk diselesaikan dengan startup kita

Data Pendukung

1 dari 3 orang sering mengalami sakit kepala karna sensitif dengan parfum dan harga seringkali mahal

Sumber: Laporan Industri Parfum indonesia Liputan6 2024. Laporan Pertumbuhan pasar parfum indonesia 2025



Area
Manufaktur



Industri
Produk Konsumen



Bidang
Produk Konsumen

Analisis Masalah



Stakeholders yang terpengaruh

pihak yang terpengaruh dari masalah ini meliputi konsumen yang sensitif terhadap aroma parfum, konsumen dengan keterbatasan finansial.



Dampak bagi Stakeholders

konsumen menjadi enggan memakai parfum, menurunnya kepercayaan diri, potensi alergi atau sakit kepala meningkat, pasar parfum kehilangan konsumen, serta inovasi perusahaan terhambat



Penyebab Masalah

masalah ini terjadi karena parfum banyak menggunakan bahan kimia keras yang menyengat serta jarang ada varian ramah untuk orang sensitif, ditambah harga bahan alami yang mahal sehingga parfum yang nyaman sulit dijangkau.



Hubungan anggota/kelompok

kami ingin mengatasi masalah ini karena kami pernah merasakan sendiri sakit kepala akibat bau parfum yang menyengat, dan kami tahu banyak orang lain juga terganggu tapi sulit menemukan parfum yang nyaman dan terjangkau.

Segmen Sasaran Konsumen

Sasaran Utama

konsumen sensitif aroma
parfum, peminat parfum
yang terjangkau, berusia
17+ tahun & peduli
kesehatan



Sasaran Sekunder

produsen parfum dan
pengecer yang ingin
menyediakan produk ramah
sensitif dengan harga
terjangkau

Segmentasi Konsumen & Persona

Kelompok Utama

konsumen sensitif aroma parfum,
peminat parfum yang terjangkau,
berusia 17+ tahun & peduli kesehatan

Kelompok Sekunder

produsen parfum dan pengecer yang
ingin menyediakan produk ramah
sensitif dengan harga terjangkau

Persona



matthew

Usia: 23

Lokasi: Metropolitan

Peran dalam Organisasi, Jika

Ada: owner toko
(if applicable)

Jobs-to-be-Done & Alternatif

JTBD Fungsional



menggunakan parfum dengan durabilitas yang lama menemukan parfum yang cocok untuk beberapa situasi contohnya seperti untuk formal harian

JTBD Emosional



mendapatkan pujian dari orang lain lebih percaya diri saat berinteraksi dengan orang lain karena wangi bisa untuk rekomendasi orang lain karena kualitas parfum yang paten

JTBD Sosial



Membeli parfum branded ukuran kecil karena lebih terjangkau Menggunakan parfum refill meskipun aromanya cepat hilang Re-apply parfum berkali-kali dalam sehari Mengikuti rekomendasi parfum dari teman atau TikTok review



Alternatif Saat Ini

masih bingung dalam menemukan varian parfum yang cocok



Kekurangan dari Alternatif Saat ini

takut barang palsu yang dibeli karena membeli secara online parfum branded seperti ysl versace tidak untuk di repeat order karena mahal

Validasi Masalah (GOOTB)

Daftar Konsumen Potensial/Wawancara Pengguna

Nama: nizar maulana

Lokasi: mahasiswa

Nama: gerald matthew

Lokasi: mahasiswa

Nama: fernanda yudi

Lokasi: mahasiswa

Validasi Masalah

Total Konsumen Potensial /Pengguna yang diwawancarai:

- Wawancara Luring: 5
- Wawancara Daring: 4

%yang setuju bahwa masalah saat ini cukup penting bagi mereka untuk mencari solusi: 8

%yang tidak puas dengan alternatif saat ini: 0

Solusi Kami



Solusi

Parfum dengan Notes Unik dan Ringan. Contohnya Wild Soda, Pretty Man, dan Peak Pleasure. Parfum ini menggunakan bahan alami dan harga terjangkau, cocok bagi mereka yang ingin mencoba sesuatu yang baru

Teknologi Inti / Metodologi:

Ekstraksi bahan alami, formulasi alkohol rendah, distilasi cold-press, distribusi via e-commerce & media sosial.



Solusi Kami

Parfum dengan Notes Unik dan Ringan. Contohnya Wild Soda, Pretty Man, dan Peak Pleasure. Parfum ini menggunakan bahan alami dan harga terjangkau, cocok bagi mereka yang ingin mencoba sesuatu yang baru



Fitur utama

Parfum ringan dan nyaman untuk semua kulit, aroma unik seperti Wild Soda, Pretty Man, Peak Pleasure, harga terjangkau, botol minimalis ramah lingkungan, tersedia online dengan pengiriman cepat.



Keunikan

Parfum kami menggunakan bahan alami lokal berkualitas, aroma unik segar, ringan nyaman dipakai, dan harga terjangkau. Serta difokuskan untuk pengalaman pengguna yang menyenangkan.

Format Solusi:

Produk fisik parfum alami ringan & terjangkau

Teknologi atau Metodologi Utama:

Ekstraksi bahan alami, formulasi alkohol rendah, distilasi cold-press, distribusi via e-commerce & media sosial.

Manfaat Solusi



Manfaat Fungsional

aroma menyenangkan tanpa efek sampingan, akses ke notes unik, harga terjangkau, dan varian sesuai preferensi.



Manfaat Emosional

merasa percaya diri, nyaman, dan bebas dari kekhawatiran tentang efek sampingan parfum. Dapat menikmati aroma yang menyenangkan dan meningkatkan mood.



Manfaat Sosial

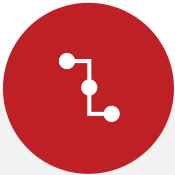
dapat berbagi aroma unik dengan orang lain, meningkatkan kesan positif saat berinteraksi, dan membangun koneksi dengan orang lain melalui aroma yang menyenangkan.



Manfaat Masyarakat

Solusi parfum kami dapat berdampak positif pada masyarakat dengan meningkatkan kesadaran penggunaan bahan alami dan ramah lingkungan. Harga terjangkau meningkatkan aksesibilitas parfum berkualitas

Pesaing



Langsung Pesaing di Indonesia

HMNS, Carl & Claire,
Oullu, Saff & Co



Tidak Langsung Pesaing di Indonesia

Bodyshop, Victoria's
Secret



Langsung Pesaing Secara Global

Dior, Gucci, Versace



Tidak Langsung Pesaing Secara Global

Jo Malone, Bath & Body
Works

Analisis Makro

Tren yang Menguntungkan

AREA	PENJELASAN TREN
Other	Tren Personalisasi Produk: Konsumen suka parfum yang bisa disesuaikan sesuai selera pribadi mereka
Other	Tren Lifestyle: Parfum kini dianggap esensial untuk meningkatkan kepercayaan diri dan mood.

Tren yang Tidak Menguntungkan

AREA	PENJELASAN TREN
Climate/Environment	regulasi parfum yang mengharuskan kemasan yang bisa di daur ulang
Economy	kebutuhan pokok lebih esensial sedangkan ada opsi yang lebih murah seperti bodymist bisa jadi opsi.

Sumber Data:

pada laporan euromonitor international 2025 menyebutkan bahwasanya industri parfum sudah berubah secara dinamika konsumen dan prinsip berdagang dalam parfum dan dampak secara langsung untuk lingkungan

Prototipe

Format Prototipe

Prototipe fisik parfum dalam botol mini dengan label desain dan sampel aroma untuk diuji konsumen.

Fungsionalitas yang disertakan dalam Prototipe

Menampilkan aroma unik dan ringan, nyaman dipakai tanpa pusing atau mual, botol minimalis ramah lingkungan, serta harga yang bervariasi untuk mengukur respons konsumen.

Fungsionalitas tidak termasuk dalam Prototipe

Distribusi online, sistem pembayaran, kemasan final, variasi produk lengkap, promosi dan strategi marketing lanjutan tidak termasuk pada prototipe tahap awal ini.



Validasi Prototipe

**Jumlah Pengguna yang
dilibatkan?**

9

**Berapa banyak orang yang
menyukai atau menyukai
prototipe?**

7

**Berapa banyak orang yang
netral atau sebagian besar tidak
senang dengan prototipe?**

2

Umpan Balik Prototipe

Aspek apa dari prototipe yang disukai pengguna?

prototipe pada produk kami bahwasanya menyukai parfum dengan nuansa yang segar dan keunikan ini yang membuat mereka terpukau dengan adanya produk parfum yang bertipe status prototipe dan sebuah saran dari prototipe produk bahwasanya intensitas dari notes yang ada harus dibuat lebih mantap lagi

Aspek apa dari prototipe yang tidak disukai oleh pengguna?

masih ada sebagian orang yang berharap bahwasanya parfum yang akan di uji coba menjadikanya duplikasi dari parfum ternama seperti dior dan versace dan ada beberapa yang masih mengharap untuk menjadikan vanilla sebagai notes utama mereka

Analisis Persaingan

NAMA PESAING	JENIS	KEKUATAN	KELEMAHAN
HMNS	Langsung	outlet banyak, reputasi yang baik	variannya terlalu monoton
Saff & Co	Langsung	collabs dengan influencer	replikasi varian perusahaan lain
YSL	Langsung	kesan eksklusif dan premium	harga jual memburuk
Versace	Langsung	harga second stabil & peminat banya	varian baru yang kurang menarik

Produk/Layanan kami akan lebih baik daripada solusi pesaing karena ini:

kami mempunyai pengalaman berbelanja yang unik untuk solusi konsumen, menyediakan produk notes yang unik, serta marketing yang unik

Ukuran Pasar

Total Addressable Market (TAM)

Perfume RI 2024: US\$ 440,9 Juta.

Serviceable Available Market (SAM)

Bagian US\$ 440,9 Juta (TAM) yang dapat dijangkau.

Serviceable Obtainable Market (SOM)

Rp 125.000.000 (Rp 125 juta)

Asumsi

data angka demografis riset pasar mengenai perkembangan industri parfum selama 4 tahun terakhir relevansi produk keberlangsungan industri parfum di indonesia ,
250,
500

Sumber penelitian

Fortune Business Insights, 2024 - Perfume Market

